III. ASPECTOS PROGRAMACIÓN

Planificación Módulo Formativo

REDES SOCIALES y RESPONSABLE RED SOCIAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Reconocer los tipos de Redes Sociales que están en uso y realizar un seguimiento de acuerdo a productos o servicios que se pueden promocionar en una Red Social específica.

Determinar las funciones como responsable de la promoción de un negocio en las Redes Sociales.

CAPACIDADES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CAPACIDAD

1.0.1. Explicar los elementos identificativos y herramientas de seguimiento de las diferentes Redes

Sociales que son susceptibles de utilizar en un negocio para promocionar productos o servicios específicos.

1.0.2. Usar las capacidades profesionales como comunicador y características como responsable de la promoción de un negocio determinado en las Redes Sociales.

1.0.3. Identificar, satisfactoriamente, el tipo de cliente del negocio que puede o utiliza Redes Sociales y es susceptible que se integre en las Redes Sociales de la Empresa.

1.0.4. Ejecutar el alta como usuario de las Redes Sociales señaladas.

Planificación Modulo Formativo

PLAN CONTENIDOS IMPLANTACIÓN REDES SOCIALES

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Organizar la implantación de productos, servicios de un negocio determinado en las Redes Sociales.

CAPACIDADES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CAPACIDAD

2.0.1.1 Definir las palabras que favorecen la implantación de una Red Social específica.

2.0.1.2 Identificar los contenidos de una Red Social que producen en el cliente, una acción de no adquisición del producto/servicio que se oferta.

2.0.1.3 Aplicar el efecto que producen los colores en una promoción específica para provocar en el cliente el deseo de adquisición del producto promocionado en una Red Social.

2.0.1.4 Relacionar tipo de cliente, publicidad, características de la venta en el local y la promoción para una implantación de un negocio en una Red Social específica.

2.0.1.5 Diseñar un plan de contenidos concretos y de acuerdo a una planificación de promoción para una Red Social.

2.0.1.6 Clasificar los componentes de una promoción en Facebook específica.

2.0.1.7 Clasificar los componentes de una promoción en Twitter específica.

2.0.1.8 Clasificar los componentes de una promoción en Youtube específica.

AFORCADE
AFOREMP
Formación de Excelencia
al Servicio de la Empresa
AFORCADE

2.0.1.9 Formular un plan de contenidos para las Redes Sociales de Facebook, Twitter, Youtube, Linkedin en el que señales objetivo de la promoción, tipo de cliente.

2.0.2.1 Construir un documento en el que se señale al tipo de cliente, necesidad que pretende satisfacer con la promoción en las Redes Sociales de un producto específico del negocio.

2.0.2.2 Elaborar un plan de contenidos específicos para una Empresa determinada.